

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSAKA**

Bab Tinjauan Pustaka akan menjabarkan beberapa studi yang sudah terlebih dahulu dilakukan sebelum pembangunan pembuatan *E-Marketing* berbasis web ini. Beberapa contoh aplikasi baik yang berbasis *E-Marketing* khususnya multimedia ataupun berbasis web akan disertakan dalam tinjauan pusaka.

Penulis melakukan penelitian terhadap beberapa aplikasi *E-Marketing* salah satu nya yaitu "Analisa Strategi *E-Marketing* dan Implementasinya (Studi Kasus : Perusahaan Retail Garment) (Meyliana, 2010)". Aplikasi ini memudahkan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya menggunakan teknologi informasi. Salah satu teknologi informasi yang mendukung kebutuhan tersebut adalah Internet. Salah satu fungsi Internet ini adalah kemampuannya untuk melakukan kegiatan pemasaran baik produk dan jasa dan brand image secara online bagi siapa saja yang membutuhkan dan terhubung dengan media *Internet*. Menurut Chaffey et al. (2000) keuntungan dari menggunakan teknologi informasi dapat disingkat menjadi istilah 6C, yang terdiri dari:

1. *Cost Reduction* / pengurangan biaya, mengurangi biaya pencetakan brosur, dan juga mengurangi tenaga kerja untuk melakukan penjualan dan pemasaran yang dapat ditangani melalui telepon oleh operator.

2. *Capability* / kapabilitas, Internet menyediakan peluang baru untuk melakukan pemasaran produk dan jasa kepada pasar yang baru.
3. *Competitive Advantage* / keunggulan kompetitif, jika sebuah perusahaan memperkenalkan kemampuan baru sebelum pesaingnya, maka akan mendapatkan keuntungan hingga pesaingnya memiliki kemampuan yang sama.
4. *Communication Improvement* / meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, rekan kerja, supplier dan distributor.
5. *Control* / alat kontrol, penggunaan Internet dan Intranet dapat menjadi alat pelacak yang baik untuk melihat perilaku konsumen dan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.
6. *Customer Service Improvement* / meningkatkan pelayanan pelanggan, salah satunya karena penerapan database yang saling terhubung melalui Internet dalam perusahaan.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain (Kotler dan Amstrong, 2004). Menurut Judy Strauss dan Raymond Frost (2009), *brand*/merek adalah salah satu atribut yang penting dari sebuah produk yang penggunaannya pada saat ini sudah sangat meluas. Selain itu brand merupakan identitas untuk membedakan produk perusahaan dengan produk yang dihasilkan pesaing. Pandangan konsumen yang positif terhadap suatu *brand* lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian.

*Branding* yang baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif. Menurut Simamora (2003), manfaat dari citra *Branding* yang positif, perusahaan bisa mengembangkan lini produk dengan memanfaatkan citra positif yang telah terbentuk terhadap merek produk lama. Hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang sudah positif. Pandangan konsumen terhadap suatu merek merupakan hal yang sangat penting dalam strategi pemasaran.

Teknologi informasi *E-Marketing* telah memberikan banyak kemudahan dan keuntungan lebih bagi perusahaan, pelanggan dan rekanan bisnis dari perusahaan. Karena *E-Marketing* dapat memperluas pasar, memperluas brand image perusahaan, dan memberikan kemudahan dalam memberikan informasi kepada pelanggannya. Sedangkan bagi pelanggan, mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi produk perusahaan (Meyliana, 2010).

Perancangan *E-Marketing* menggunakan Multimedia adalah penggunaan teks, grafik, animasi, gambar, video, dan suara untuk menyajikan informasi. Multimedia juga mempunyai komunikasi interaktif yang tinggi. Di dunia bisnis, multimedia digunakan sebagai media profil perusahaan dan profil produk (Najjar, 1996).

Perbedaan Web menggunakan PHP Code Igniter dengan PHP Framework lainnya

Tabel 2.1 Perbedaan Web menggunakan PHP Code Igniter dengan PHP Framework lainnya

	PHP Code Igniter	PHP Framework lainnya
<b>Perfoma</b>	Perfoma Codeigniter sangat cepat dan ringan	Perfoma eksekusinya yang sedikit lambat
<b>Konfigurasi</b>	Konfigurasi setting standard atau sangat minim	Konfigurasi menyesuaikan dengan database dan keleluasaan routing
<b>Metode</b>	Model View Controller (MVC) lebih terstruktur	Model View Controller (MVC) tidak terstruktur
<b>Class Library</b>	Library Code Igniter dapat mengakses database, validasi form, penanganan session, pengiriman email, dsb	Library terpisah-pisah sendiri disesuaikan fungsionalitas masing-masing